

Sosiaalinen media opettajan ja yrityksen toiminnan tukena

Karukka Minna, Inkilä Tommi

3.12.2012 :: Internet ja ICT

Oulun seudun ammattikorkeakoulun (Oamk) Kulttuurialan yksikön Kuusio-hanke on tiedon ja oppimisen kohtaamispaikka luovien alojen yritysten henkilöstölle sekä toisen- ja korkea-asteen opettajille. Hanke järjestää uusiin mediateknologioihin liittyviä koulutuksia. Tässä artikkelissa käsitellään hankkeessa opettajille ja yrityksille toteutettujen sosiaalisen median koulutusten ja työpajojen sisältöä.

Tavoitteet

Kuusio-hankkeen tavoitteena on opettajien tiedon päivittäminen ja uudenlaisten mediateknologioiden esitteleminen Pohjois-Pohjanmaalla toimiville yrityksille. Koulutusten avulla pyritään lisäämään osaamista ja hyödyntämään uusinta tietoa sekä opettajien että yritysten toiminnassa. Tavoitteena on lisätä kohderyhmien ammatillista osaamista eri osa-alueilla, joita ovat:

1. sosiaalinen media
2. sisällöntuottamisen uudet ympäristöt
3. sisällöntuotanto ja jakelu
4. uusien mediateknologioiden mahdollistama liiketoiminta



Sosiaalinen media yrityksille

Suurin osa internetissä käytetystä ajasta vietetään maailmanlaajuisesti sosiaalisessa mediassa. Yrityksille sosiaalinen media on sekä mahdollisuus että haaste. Sen avulla voidaan markkinoida, panostaa vuorovaikutteiseen palveluympäristöön ja toimintaan sekä hallita ulkoista viestintää.

Kuusio järjesti luovien alojen yrityksille koulutuksia sosiaalisesta mediasta ja sen hyödyntämisestä. Koulutusten aihepiirit käsittelivät markkinointia, tuotteistamista ja viestintää. Lisäksi käsiteltiin rekrytointia sekä työnantajan että työntekijän näkökulmasta. Koulutusten pohjalta on pidetty myös syventäviä sosiaalisen median työpajoja.

Työpajoissa asetettiin markkinoinnin ja viestinnän tavoitteita sekä kartoitettiin yritykselle sopivia sosiaalisen median ympäristöjä. Työpajoissa suunniteltiin myös omaan tilanteeseen sopivia

toimintamalleja, ja tuotettiin konkreettisia suunnitelmia yhteisön luomiseksi sosiaaliseen mediaan. Yritysten edustajat miettivät sosiaalisen median hyödyntämistä ja sen tuomia haasteita oman yrityksensä näkökulmasta. Työpajoissa pohdittiin vastauksia kysymyksiin kuten mitä, miten, millaista ja kenelle sosiaalisen median sisältöä tuotetaan. Yrityksille on oleellista tietää, mitkä palvelut ja kanavat auttavat halutun tavoitteen saavuttamisessa.

Yksi tapa analysoida sopivaa sosiaalisen median käyttöä on soveltaa sosiaalisen median hunajakennomallia (kuva 1) [\[1\] \(#cite-text-0-0\)](#), jota hyödynnettiin hankkeen työpajassa. Mallissa sosiaalisen median toiminnallisuus on jaettu seitsemään eri kategoriaan: identiteetti, keskustelu, jakaminen, läsnäolo, suhteet, maine ja ryhmät. Eri sosiaalisen median palveluilla on useita eri toiminnallisuuksia, mutta palvelut keskittyvät yleensä näistä vain muutamaan. Kietzmännin et al. [\[1\] \(#cite-text-0-0\)](#) mukaan esimerkiksi LinkedIn on vahvasti keskittynyt luomaan käyttäjän asiantuntijaidentiteettiä samalla mahdollistaen suhdeverkoston ja maineen luomisen. Sen sijaan Facebookin Kietzmännin et al. [\[1\] \(#cite-text-0-0\)](#) tulkitsee keskittyvän ihmisten välisiin suhteisiin.



Kuva1. Kietzmännin et al. [\[1\] \(#cite-text-0-0\)](#) hunajakennomalli

Yritykselle on tärkeää tunnistaa eri sosiaalisten medioiden toiminnallisuudet ja valita tavoitteidensa mukaan sopiva sosiaalisen median kanava tai kanavat. Kietzmännin et al. [\[1\] \(#cite-text-0-0\)](#) esittää tähän avuksi nelivaiheisen prosessin (4C):

1. Tunnista sopiva sosiaalinen media (cognize).
2. Valitse yhtenevä strategia, joka sovittaa yhteen yrityksen tavoitteet ja valitun sosiaalisen median toiminnallisuudet (congruity).
3. Tuota mielekästä ja asiakkaita kiinnostavaa sisältöä sosiaaliseen mediaan, ja osallistu siellä käytyihin keskusteluihin. Useimmiten tähän on löydettävä sopiva työntekijä (curate).
4. Seuraa sosiaalista mediaa valtavasta työmäärästä huolimatta (chase). Sosiaalisessa mediassa käyty keskustelu tai yksittäiset kommentit omasta tai kilpailijoiden yrityksestä saattavat vaikuttaa yrityksen liiketoimintaan nopeasti ja yllättävän voimakkaasti.

Sosiaalinen media opettajille

Sosiaalinen media vaikuttaa myös vahvasti opetustyöhön. Se mahdollistaa uusia yhteisöllisiä tapoja oppia, ja toisaalta sosiaalisessa mediassa tapahtuu paljon informaalia oppimista.

Opettajien koulutuksissa ja työpajoissa käytiin läpi sosiaalisen median soveltamista opetustyössä. Aluksi käsiteltiin, mitä sosiaalinen media on, mitkä ovat sen tärkeimmät ympäristöt, ja miten sitä voidaan käyttää ammatillisessa verkostoitumisessa. Lisäksi käsiteltiin sosiaalisen median käyttöä opettajan työskentelyä tukevana välineenä (muun muassa opiskelumateriaalin jakaminen ja hakeminen). Koulutuksissa otettiin esiin myös opiskelijoiden rekrytointi työelämäänsä sosiaalisen median avulla.

Sosiaalisen median mahdollisuuksiin opetuskäytössä perehdyttiin syvemmin Oulun yliopiston Oppimisen ja koulutusteknologian tutkimusyksikön ([LET \(http://www oulu.fi/let\)](http://www oulu.fi/let)) henkilökunnan toimesta. LET käyttää opetuksessaan sosiaalista mediaa aktiivisesti pedagogisin perustein ja opiskelijan oppimista tukien. Työpajassa esiteltiin kuinka sosiaalinen media voi toimia opiskelijan henkilökohtaisena oppimisympäristönä [\[2\] \(#cite-text-0-5\)](#), ja kuinka sillä on sekä yksilö- että yhteisötason ulottuvuus [\[3\] \(#cite-text-0-6\)](#). Sosiaalisen median työvälineiden avulla tavoitellaan tehokkaampaa toimintaa ja niiden avulla voidaan luoda uusia toimintamalleja myös opiskelijoille. Sosiaalinen media mahdollistaa tehokkaasti erilaisen tiedon yhdistelyn. Sen avulla voidaan yhdistää tietoa eri lähteistä ja medioista. Esimerkiksi kyseeseen voisi tulla tekstin, videoiden ja internet-pohjaisten esitysten yhdistäminen.

Erityisesti opetuskäyttöön sopivat sosiaalisen median palvelut ovat blogi (esimerkiksi blogialustat Wordpress, Blogspot), wiki ja pilvipalveluissa toimivat työkalut (esimerkiksi Google docs) niiden ilmaisuuden, helpon käyttöönoton ja käytettävyyden vuoksi. Työpajassa esiteltiin, kuinka näitä palveluja käytetään ja mitkä ovat niiden käytön pedagogiset perustelut [\[3\] \(#cite-text-0-6\)](#). Opetuskäytössä voidaan käyttää myös 3D-ympäristöjä, kuten Second Life ja vAcademia. Ne kuitenkin vaativat enemmän resursseja. Työpajassa käytiin läpi esimerkkejä LETin tarjoamista maisteriopinnoista, jossa sosiaalisen median käyttö on merkittävässä roolissa sekä [DevelOPE \(http://develope.wordpress.com/esittely/\)](http://develope.wordpress.com/esittely/)-hankkeesta kuin myös [CoCreat \(http://www.cocreat.eu/\)](http://www.cocreat.eu/)-projektista. Opettajien kannattaa tutustua artikkelin lopussa mainittuihin materiaaleihin, joissa on runsaasti esimerkkejä ja viitteitä.

Yhteenveto

Sosiaalisen median merkitys on kasvanut huimaa vauhtia. Kuusio-hankkeen aikana on vahvistunut käsitys siitä, että tällä osa-alueella tarvitaan enemmän osaamista. Yritysten kannalta on tärkeää lisätä tietoisuutta yrityksen toiminnasta ja tuotteista. Sosiaalinen media tuo yrityksen lähemmäksi kuluttajaa ja mahdollistaa parhaassa tapauksessa kuluttajien osallistumisen yrityksen tuotteiden kehittämiseen. Jos yritys näkee tarpeelliseksi osallistua sosiaaliseen mediaan, sen tulee tapahtua suunnitelmallisesti yrityskuvaa tukien.

Opettajat voivat hyödyntää sosiaalista mediaa eri tavoin, joista yksi tärkeimmistä on opiskelijan oppimisen tukeminen. Esimerkiksi blogien käyttäminen oppimispäiväkirjana ja reflektoinnissa on tehokas tapa tuoda oppiminen näkyväksi. Sosiaalinen media mahdollistaa myös vertaisarvioinnit, opiskelijoiden kommentoimista toistensa töitä. Opetuskäytössä sosiaalinen media ei kuitenkaan tule olla itseisarvo, vaan pedagogisesti perusteltu valinta. Sosiaalisen median yksi parhaista puolista on se, että se opettaa yhteisölliseen työskentelytapaan ja erityisesti työelämässä tarvittaviin ryhmätyöskentelytaitoihin.

Sosiaalisessa mediassa on kuitenkin aina muistettava, että tuotettu tieto ja viestintä on pääosin julkista ja vaikuttavat siis minä- tai yrityskuvaan. Se on mahdollisuus luoda asiantuntijakuva harkitulla viestinnällä. Kehityksen seuraaminen on tärkeää, jotta uudet mahdollisuudet eivät jää hyödyntämättä.



Lisätietoja hankkeesta ja sen tapahtumista

Hankkeen koulutukset ja työpajat jatkuvat keväälle 2013 saakka. Tulevia koulutuksia voi seurata hankkeen [kotisivuilta](http://www.oamk.fi/kuusio) (<http://www.oamk.fi/kuusio>) sekä [Facebookista](https://www.facebook.com/Kuusio) (<https://www.facebook.com/Kuusio>).

Oamkin koordinoima Kuusio-hanke toteutetaan vuosina 2012-2013 yhdessä Oulun yliopiston Oppimisen ja koulutusteknologian tutkimusyksikön (LET) kanssa. Kuusio saa rahoitusta Euroopan sosiaalirahastolta.

Kirjallisuutta opettajille

[Aalto, T. & Uusisaari, M. Y. 2009. Nettielämää. Sosiaalisen median maailmat](http://www.nettielamaa.fi/Nettielamaa_files/Nettielamaa-Aalto-Uusisaari.pdf)
(http://www.nettielamaa.fi/Nettielamaa_files/Nettielamaa-Aalto-Uusisaari.pdf)

[Kalliala, E. & Toikkanen, T. 2009. Sosiaalinen media opetuksessa](http://www.sosiaalinenmediaopetuksessa.fi/)
(<http://www.sosiaalinenmediaopetuksessa.fi/>)

Koulutusten materiaalia verkossa

- [Sosiaalinen media markkinoinnissa](#)

Sosiaalisen median opetuskäyttö:

- www.slideshare.net/LEToulu/kuusio1
- www.slideshare.net/LEToulu/kuusio2
- www.slideshare.net/LEToulu/kuusio3

Lähteet

1. [^][abcde](#)Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P. & Silvestre, B. S. 2011. Social Media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. Business Horizons 54, 241-251.
2. [^][D](#)Dabbagh, N. & Kitsantas, A. 2012. Personal Learning Environments, social media, and self-regulated learning: A natural formula for connecting formal and informal learning. The Internet and Higher Education 15(1), 3-8.
3. [^][ab](#)Pönkä, H., Impiö, N. & Vallivaara, V. 2012. Sosiaalisen median opetuskäyttö – oppimisen teoriaa ja kokemuksia DevelOPE-hankkeesta. Oulun yliopiston oppimateriaalia, Didascalía Universitatís Ouluensis, Kasvatustiede E 4.